

## BAB V

### PEMBAHASAN

#### A. Pengaruh Tingkat Margin terhadap Loyalitas Nasabah Produk *Murabahah* di BMT Istiqomah dan KSPPS Baitul Izza Sejahtera

Berdasarkan analisa data dan pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini dengan menggunakan uji t diperoleh hasil bahwa tingkat margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan *murabahah* di BMT Istiqomah. Sedangkan pada KSPPS Baitul Izza Sejahtera diperoleh hasil bahwa tingkat margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan *murabahah*. Hal ini terbukti bahwa tingkat margin dapat meningkatkan loyalitas nasabah BMT Istiqomah dan KSPPS Baitul Izza Sejahtera. Dimana dengan adanya tingkat margin yang diterapkan BMT Istiqomah dan KSPPS Baitul Izza Sejahtera, nasabah merasa nyaman dan aman untuk melakukan transaksi. Karena tingkat margin yang diberikan untuk pembiayaan *murabahah* ringan (tidak memberatkan nasabah) atau sesuai dengan kemampuan nasabah. Selain itu dalam menentukan tingkat margin pihak lembaga bermusyawarah dahulu dengan nasabah untuk menentukannya dan pihak lembaga memberikan kesempatan yang sama bagi setiap nasabah untuk melakukan pembiayaan *murabahah*.

Hal ini sesuai dengan teori bahwa dalam penentuan atau penetapan margin di akad *murabahah* merupakan aspek yang sangatlah penting, karena mengingat margin akan mempengaruhi terhadap harga produk yang ditawarkan. Jika harga yang ditawarkan atau harga jual terlalu tinggi, maka daya beli terhadap produk *murabahah* akan kurang diminati oleh nasabah dan

sebaliknya. Dalam menetapkan margin dan bagi hasil di bank syariah ada beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan, antara lain :<sup>1</sup>

- a. Komposisi pendanaan
- b. Tingkat persaingan
- c. Resiko pembiayaan
- d. Jenis nasabah
- e. Kondisi perekonomian
- f. Tingkat keuntungan yang diharapkan bank

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Siti Maisaroh yang menyatakan bahwa tingkat margin terhadap minat nasabah pada pembiayaan *murabahah* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah.<sup>2</sup> Dan penelitian lain yang dilakukan oleh Uswatun Hasanah yang menyatakan bahwa tingkat margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan *murabahah*.<sup>3</sup>

#### **B. Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah Produk *Murabahah* di BMT Istiqomah dan KSPPS Baitul Izza Sejahtera**

Berdasarkan analisa data dan pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini dengan menggunakan uji t diperoleh hasil bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan *murabahah* di BMT Istiqomah. Sedangkan pada KSPPS Baitul Izza Sejahtera diperoleh hasil bahwa kepercayaan berpengaruh positif, namun tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan *murabahah*. Hasil penelitian pada

---

<sup>1</sup> Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan ...*, hal.157-159

<sup>2</sup> Siti Maisaroh, *Pengaruh Tingkat Margin dan ...*

<sup>3</sup> Uswatun Hasanah, *Moderasi Kepuasan Atas Pengaruh Tingkat ...*

BMT Istiqomah menyatakan bahwa kepercayaan dapat meningkatkan loyalitas nasabah. Dimana adanya pelayanan yang baik dapat membuat nasabah merasa puas dalam bertransaksi. Selain itu integritas, kejujuran dan kemampuan lembaga yang membuat para nasabah merasa yakin untuk melakukan transaksi secara berulang di BMT Istiqomah. Sedangkan pada KSPPS Baitul Izza Sejahtera menyatakan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, hal tersebut dapat disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya reputasi KSPPS yang kurang baik, resiko yang cukup besar, kualitas pelayanan yang kurang. KSPPS Baitul Izza Sejahtera adalah lembaga keuangan yang belum lama berdiri, sehingga reputasi KSPPS masih belum bisa mempengaruhi kepercayaan masyarakat, karena lembaga masih baru sehingga tingkat resiko yang harus ditanggung para nasabah akan cukup besar. Pelayanan yang kurang baik dapat mempengaruhi kepercayaan masyarakat atau para nasabah, karena kunci dari keberhasilan bagi sebuah organisasi yang bergerak dibidang jasa khususnya perbankan untuk memenangkan hati konsumen atau nasabah yaitu sebuah pelayanan yang baik.

Hal ini sesuai dengan teori bahwa kepercayaan adalah sejumlah keyakinan spesifik terhadap integritas (kejujuran pihak yang dipercaya dan kemampuan menepati janji), *benevolence* (perhatian dan motivasi yang dipercaya untuk bertindak sesuai dengan kepentingan yang mempercayai mereka), *competence* (kemampuan pihak yang dipercaya untuk melaksanakan kebutuhan yang mempercayai) dan *predictability* (konsistensi perilaku pihak yang dipercaya). Kepercayaan nasabah merupakan sebuah jenis refleksi emosional bagi perdagangan. Hal tersebut tergantung pada tingkat pemenuhan

produk yang diharapkan atau layanan manfaat, serta tingkat konsistensi harapan dan hasil aktual. Apabila nasabah mengharapkan suatu pelayanan pada tingkat tertentu, dan yang dirasakanya pelayanan yang diterima lebih tinggi dari apa yang diharapkanya dan tetap menggunakan produk atau pelayanan tersebut, maka nasabah tersebut dapat dikatakan percaya.<sup>4</sup>

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Azka Al Afifah, yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, artinya apabila kepercayaan tersebut lebih ditingkatkan, maka akan berpengaruh terhadap peningkatan loyalitas nasabah.<sup>5</sup> Dan penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Heri setiawan, Maria Magdalena dan Azis Fathoni. Yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.<sup>6</sup>

### **C. Pengaruh Penanganan Komplain terhadap Loyalitas Nasabah Produk *Murabahah* di BMT Istiqomah dan KSPPS Baitul Izza Sejahtera**

Berdasarkan analisa data dan pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini dengan menggunakan uji t diperoleh hasil bahwa penanganan komplain berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan *murabahah* di BMT Istiqomah. Sedangkan pada KSPPS Baitul Izza Sejahtera diperoleh hasil bahwa penanganan komplain berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan *murabahah*. Hal ini membuktikan bahwa penanganan komplain dapat meningkatkan loyalitas nasabah BMT Istiqomah dan KSPPS Baitul Izza Sejahtera. Dimana

---

<sup>4</sup> Stefanus, T, Analisa Kesenjangan Kualitas Pelayanan, ... hal. 157

<sup>5</sup> Azka Al Afifah, *Pengaruh Kualitas layanan, Kepercayaan ...*

<sup>6</sup> Heri Setiawan, Maria Magdalena Minarsih, et al., ...

penanganan komplain yang diberikan BMT Istiqomah dan KSPPS Baitul Izza Sejahtera membuat puas dan nyaman, sehingga para nasabah tetap setia untuk melakukan transaksi, penanganan komplain yang diberikan untuk para nasabah pembiayaan *murabahah* sangat mudah dan memuaskan. Selain itu penanganan komplain dilakukan dengan sigap, cepat dan tepat. Dalam mengajukan komplain pun dapat dilakukan dengan mudah, nasabah tidak diperumit atau dipersulit.

Hal ini sesuai dengan teori bahwa penanganan komplain berarti merupakan perwujudan strategi dan taktik perusahaan (bank) dalam menghadapi keunggulan strategi dan taktik pesaing. Penanganan komplain dapat dijadikan instrument penting dalam mengendalikan konflik antara perusahaan dengan nasabah akan ketidakpuasan. Alasan utama kenapa pelanggan beralih ke penyedia jasa lain adalah ketidakpuasan terhadap penyelesaian masalah. Keluhan harusnya dipandang sebagai kesempatan untuk belajar, meningkatkan pelayanan, dan mengetahui apa yang benar-benar pelanggan inginkan. Para pelanggan yang sampai mengeluh itu biasanya tertarik memberi kesempatan kepada perusahaan untuk meletakkan berbagai urusan dengan benar. Ini berarti bahwa jika perusahaan menangani keluhan secara efektif, perusahaan lebih mungkin tetap menguasai pelanggan dan memperbaiki hubungan yang akan berakibat pada loyalitas pelanggan. Penanganan komplain pelanggan (nasabah) pada bank saat ini menjadi salah satu kunci utama suatu bank dapat terus tumbuh dan berkembang, karena apabila nasabah merasa tidak mendapatkan layanan yang baik saat menyampaikan

keluhan maka nasabah akan dengan mudahnya untuk berpindah ke bank lain yang di anggap bisa memberikan layanan terhadap komplain dengan baik.<sup>7</sup>

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Anindhya Budiarti yang menyatakan bahwa penanganan keluhan/komplain berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. Loyalitas nasabah dapat dioptimalkan secara cepat melalui pemberian kualitas layanan yang baik, selain itu harus didukung dengan handalnya penanganan keluhan sehingga akan menimbulkan rasa puas pada nasabah.<sup>8</sup> Selain itu juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Marina Malian yang menyatakan bahwa penanganan komplain berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.<sup>9</sup>

#### **D. Pengaruh Lokasi terhadap Loyalitas Nasabah Produk *Murabahah* di BMT Istiqomah dan KSPPS Baitul Izza Sejahtera**

Berdasarkan analisa data dan pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini dengan menggunakan uji t diperoleh hasil bahwa lokasi lembaga berpengaruh positif, namun tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan murabahah di BMT Istiqomah. Sedangkan pada KSPPS Baitul Izza Sejahtera diperoleh hasil bahwa lokasi lembaga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan murabahah. Hasil penelitian pada BMT Istiqomah menyatakan bahwa lokasi lembaga berpengaruh positif, namun tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal tersebut dapat disebabkan karena beberapa faktor yaitu lokasi yang berdekatan

---

<sup>7</sup> Adi Krismanto, *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi*,... hal.37

<sup>8</sup> Anindhya Budiarti, *Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan ...*

<sup>9</sup> Marina Malian, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penanganan Komplain ...*

dengan lembaga keuangan lain merupakan tempat yang kurang strategis, karna banyaknya pesaing sehingga nasabah dapat berpaling pada lembaga lain. Kemudian, lokasi BMT Istiqomah tidak berdekatan langsung dengan pemukiman warga sehingga masyarakat luas kurang mengetahui keberadaan BMT Istiqomah. Selain itu transportasi menuju lokasi BMT Istiqomah tidak dapat menggunakan transportasi umum. Sedangkan pada KSPPS Baitul Izza Sejahtera menyatakan bahwa lokasi lembaga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dimana lokasi KSPPS Baitul Izza Sejahtera sangat berdekatan dengan pemukiman warga dan pertokoan atau UMKM serta tidak berdekatan dengan lembaga keuangan lainnya, sehingga dapat meminimalisir persaingan, dan masyarakat setempat akan lebih cepat mengetahui keberadaan KSPPS Baitul Izza Sejahtera dan lebih mudah untuk melakukan transaksi tanpa harus berpergian jauh dan terhalang kemacetan.

Penelitian ini sesuai dengan teori bahwa Pemilihan lokasi usaha tidak dapat dilakukan dengan coba-coba, mengingat semakin ketatnya persaingan usaha serta banyaknya usaha yang sejenis. Karenanya pemilihan lokasi usaha dilakukan dengan beberapa pertimbangan yang disertai fakta yang konkrit dan lengkap. Pemilihan lokasi usaha yang tepat akan menentukan keberhasilan suatu uasah, karena lokasi usaha erat kaitanya dengan pasar potensial suatu perusahaan.<sup>10</sup> Lokasi memegang peranan penting dalam melakukan usaha, karena berkaitan dengan dekatnya lokasi usaha dengan pusat keramaian, mudah di jangkau, aman, dan tersedianya tempat parkir yang luas, pada umumnya lebih disukai oleh konsumen. Lokasi strategis membuat konsumen

---

<sup>10</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa ...*, hal.130

lebih mudah dalam menjangkau dan juga keamanan yang terjamin. Lokasi yang merupakan salah satu determinan yang penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen. Saat lokasi yang berorientasi terhadap konsumen maka lokasi tersebut haruslah memenuhi keinginan konsumen dan memberikan kemudahan bagi konsumen seperti kemudahan dalam waktu dan tempat. Lokasi berhubungan dengan keputusan yang dibuat oleh perusahaan mengenai dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan yang terpenting dari lokasi adalah tipe dan tingkat interkasi yang terlibat.<sup>11</sup>

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Tino Hadianto yang menyatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara lokasi terhadap loyalitas konsumen.<sup>12</sup> Penelitian ini sedikit berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Ferry Anggriawan yang menyatakan bahwa pada variabel lokasi memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan.<sup>13</sup>

#### **E. Pengaruh Tingkat Margin, Kepercayaan, Penanganan Komplain dan Lokasi terhadap Loyalitas Nasabah Produk *Murabahah* di BMT Istiqomah dan KSPPS Baitul Izza Sejahtera**

Berdasarkan pada Uji F (F Test) yang telah dilakukan oleh peneliti. Hal ini berarti menunjukkan bahwa semua variabel independen yaitu tingkat margin, kepercayaan, penanganan komplain dan lokasi lembaga secara

---

<sup>11</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan, ...* hal.160

<sup>12</sup> Tino Hadianto, *Pengaruh Lokasi, Pelayanan ...*

<sup>13</sup> Ferry Anggriawan, *Pengaruh Pelayanan, Harga dan Lokasi ...*



bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan *murabahah* di BMT Istiqomah dan KSPPS Baitul Izza Sejahtera.

Hal ini sesuai dengan teori bahwa loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi alasan utama sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Loyalitas pelanggan sering dihubungkan antara nilai dimana pelanggan memiliki loyalitas merasakan adanya ikatan emosional dengan perusahaan. Ikatan emosional inilah yang membuat pelanggan menjadi loyal dan mendorong mereka untuk terus melakukan pembelian terhadap produk perusahaan serta memberikan rekomendasi. Untuk meningkatkan loyalitas, perusahaan harus meningkatkan kepuasan setiap pelanggan dan mempertahankan tingkat kepuasan tersebut dalam jangka panjang. Untuk meningkatkan kepuasan, perusahaan harus menambah nilai yang dapat membuat mereka mendapatkan apa yang mereka bayar atau lebih dari mereka harapkan, sehingga mereka dapat bertahan dan mengarah pada pembelian ulang, perekomendasi, dan proporsi pembelanjaan yang meningkat.<sup>14</sup>

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Azka Al Afifah menyatakan bahwa secara simultan atau keseluruhan variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.<sup>15</sup> Selain itu

---

<sup>14</sup> Imelda Talahatu, *Bauran Pemasaran Jasa: Pengaruhnya*, ... hal.10

<sup>15</sup> Azka Al Afifah, *Pengaruh Kualitas layanan, Kepercayaan* ...

juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Marina Malian yang menyatakan bahwa penanganan komplain berpengaruh secara bersama-sama.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> Marina Malian, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penanganan Komplain, ...*